

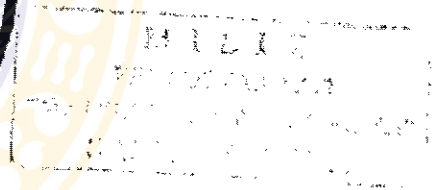
# **METODE PERAMALAN PENJUALAN YANG EFEKTIF PADA PT NORTON HAMPLAS INDUSTRIES SURABAYA**

## **KARYA TULIS UTAMA**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai derajat Magister Manajemen**



KIC  
MM. 30 / 99  
Bas  
m



oleh :

**WIENANTU BASUKI**

**NIM : 049310100 / M**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA  
1995**

# **PENYUSUNAN METODE PERAMALAN PENJUALAN ( PESANAN PELANGGAN ) AGAR DAPAT DITERAPKAN PADA PERENCANAAN PRODUKSI**

**SUATU STUDI KASUS PADA  
PT NORTON HAMPLAS INDUSTRIES SURABAYA**

**Diajukan oleh :  
WIENANTU BASUKI  
N I M : 049310100 / M**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing ,**

**M.S. IDRUS SE, MEc, Ph.D.**

**NIP.**

**Tanggal.....**

*18/5/95*

**Mengetahui,  
Direktur Program Magister Manajemen,  
Universitas Airlangga**

**Drs. Ec. H.A. Choesni Abdulkarim MSc.**

**NIP. 130517219**

**Tanggal.....**

*20/5/95*

## Halaman Pengesahan

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan Saudara Ir.Wienantu B. telah melakukan penyempurnaan / perbaikan terhadap Karya Tulis Utamanya yang berjudul " Metode Peramalan Penjualan Yang Effektif pada PT.Norton Hamplas Industries-Surabaya ", sebagaimana yang telah disarankan oleh penguji.

Surabaya, 11 September 1995

Sekretaris,

Ketua Penguji,

M.Syafiie Idrus, SE, MSC., Ph.D

Drs, ec, A.Choesni Abdulkarim, MSC

Anggota,

Prof. V. Henky Supit, AK

Drs. Soedjono Abipraja

## B A B VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, maka dapatlah peneliti ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Agar peramalan penjualan ( Sales Forecast ) lebih realistis, hendaknya **ada pedoman yang dapat dipakai sebagai rujukan**, misalnya :
  - a/. Berpedoman pada **data historis** tahun - tahun sebelumnya dalam unit volume, bukan unit value ( Rupiah atau Dolar ).
  - b/. **Unit volume** yang dipergunakan hendaknya sama dengan unit volume yang dipergunakan oleh pelanggan dan diupayakan dapat di - integrasikan dengan bagian produksi, misal : belt / pieces.
  - c/. Mengetahui **market potensial** untuk setiap produk atau aplikasinya sehingga akan mudah menghitung market sharenya ; hal ini penting untuk menentukan tren atau pertumbuhan peramalan penjualan tahun yang akan datang.
  - d/. **Informasi** dari berbagai sumber, baik dari distribotor, pelanggan atau dari instansi yang menunjang.
  - e/. **Analisis SWOT** perusahaan , jadi tahu persis kemampuan perusahaan sehingga tidak sampai over atau under estimate.
  - f/. **Analisis pesaing**, baik domestik maupun pasar luar negeri, hal ini perlu agar bagian pemasaran dapat menentukan strategi penjualan dengan benar dan tepat.

2. Peramalan penjualan disusun dengan menggunakan metode yang tepat, seperti peneliti tunjukkan pada Tabel 5.9 dan Tabel 5.11 , sehingga semua pihak dapat membaca atau menterjemahkan ( ter - integrasi ) dan langsung bisa menerapkan dari metode tersebut untuk dibuat perencanaan lebih lanjut , baik untuk perencanaan produksi maupun budget dan cashflow untuk bagian keuangan.
3. Dari Tabel 5.5 yang memuat Sales Forecast 1994 ( Peramalan ) dan Tabel 5.6 tentang Order Received 1994 ( Realisasi order ) serta Tabel 5.2 yang menjelaskan Converting Output 1994 ( Realisasi suplai dari bagian produksi ) , kalau dibandingkan dengan temuan dan simulasi peneliti seperti Tabel 5.12 tentang Draft - Master Schedule, maka akan nampak :

( Semua unit di konversi dalam meter lari )

No.BLN	SALES F/C	ORDR RCV	OUTPUT 94 ( Total )	SIMULASI ( Lokal )	IMPORT ( S 448 )
1. Jan	60.459	92.241	46.055	84.000	3.500
2. Feb	62.070	107.808	63.092	83.500	3.500
3. Mrt	52.922	74.605	62.303	78.000	3.500
4. Apr	70.123	94.830	67.308	99.000	3.500
5. Mei	77.620	96.099	57.278	109.000	3.500
6. Jun	84.635	69.686	74.462	119.500	3.500
7. Jul	93.743	86.839	64.400	129.500	3.500
8. Ags	94.479	64.364	58.409	132.000	3.500
9. Sep	101.573	94.339	84.455	137.000	3.500
10. Okt	90.421	70.394	44.594	126.000	3.500
11. Nov	96.382	92.837	62.458	128.500	3.500
12. Des	80.551	55.681	50.420	111.500	3.500
Jumlah =	964.979	1.004.723	735.234	1.337.500	42.000



Dari hasil perbandingan tabel tersebut diatas , dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1/. Sales Forecast ( Peramalan penjualan ) amblas dari PT Norton Hamplas Industries ( menurut temuan peneliti sejak tahun 1987 ) **selalu lebih rendah dari order pelanggan** yang diterima. Adanya penurunan order pelanggan pada bulan Juni sampai Desember 1994 yang volumenya lebih rendah dari Sales Forecast ini, disebabkan banyaknya order dari pelanggan yang terlambat pengirimannya ( Delivery Late, lihat lampiran I.A disamping Customer Complains , lihat lampiran I.B ) , akibatnya banyak pelanggan yang lari atau beralih ke produk pesaing Norton, bahkan banyak yang membatalkan order yang telah masuk..

Seandainya PT Norton Hamplas Industries mampu mempertahankan reputasi seperti pada era PT Hamplas Barutama, peneliti yakin bahwa permintaan pelanggan akan naik dari waktu ke waktu, sesuai dengan market share yang selama ini dicapai masih bisa ditingkatkan lagi.

- 2/. Apabila cara menyelesaikan / memenuhi Sales Forecast 1994 dengan cara seperti Tabel 5.12 dan **dilakukan simulasi** antara persediaan dan permintaan pelanggan guna meminimalkan persediaan atau "Cost" namun jangan sampai kosong persediaannya ,maka permasalahan yang dihadapi perusahaan seperti :

- Delivery Late / Keterlambatan pengiriman
- Customer Complains / keluhan pelanggan dan
- Berpindahnya Customer / larnya pelanggan ke pesaing

Norton

secara simultan akan dapat terselesaikan dengan baik ( lihat data diatas )

3/. Pada saat terjadi penyimpangan antara peramalan dan realisasi , maka fungsi **monitor dan tracking** baik oleh bagian pemasaran maupun bagian produksi harus bekerja secara sinergi dan simultan untuk mengantisipasi gejolak / fluktuasi yang cukup signifikan agar tidak terjadi lagi kekosongan bahan yang berakibat keterlambatan pengiriman ke pelanggan atau terjadi kelebihan persediaan sehingga berakibat melambungnya biaya / cost , dimana kedua masalah tersebut tidak boleh terjadi atau paling tidak meminimalkan masalah tersebut.

Tracking yang dilakukan oleh bagian produksi misalnya , jika terjadi kelebihan persediaan / turunya order pelanggan maka stok semi finished dijaga agar tiap bulan maksimum hanya boleh ada maksimum 25 % buffer stock converting dan Bahan Baku hanya boleh ada maksimum 75 % dari kebutuhan safety level, untuk produk import seperti S 448 dimana pemakaiannya hanya untuk Particle Board atau Medium Density Fibre board , terdiri dari 7 grit tiap bulan persediaannya cukup sehingga stok FMO dari masing - masing grit dijaga sekitar 500 m , sehingga jumlahnya per bulan dijaga / dimonitor sebesar 3.500 m<sup>1</sup>,

4/. Karena lead time untuk bahan baku sekitar dua bulan , maka Forecast yang di revisi prinsipnya hanya akan mengantisipasi / memprediksi kejadian minimal dua bulan di muka. Akan tetapi setiap bulan hendaknya harus diadakan evaluasi , karena peramalan selamanya belum tentu tepat adanya , fungsi manajer adalah sebagai pengendali. Pada tabel diatas di kolom simulasi ,apabila angka yang ada diproduksi langsung tanpa memperhitungkan status persediaan setiap